Ostmystik i norr säljer

Nya kampanjen lagrar hemligheten

Varför osten bara går att producera i Burträsk är en "en vällagrad hemlighet".

Ostmästaren avslöjar i "En vällagrad hemlighet" ... absolut ingenting.

Västerbottensost går i dagarna ut i en ny stor kampanj. Precis som tidigare lyfter man fram hemligheten och mystiken kring osten från Burträsk.

REKLAM För två år sedan lanserades konceptet "En vällagrad hemlighet" för Västerbottensost, signerad John Doe. Byrån lyfter fram alla myter om Västerbottensost och varför den endast går att producera i Burträsk. I flera reklamfilmer hävdade olika människor att det beror på husfloran på mejeriet medan andra hade mer avancerade gissningar om en meteorit som gjort marken och grödorna i trakterna kring Burträsk extra kalkrik.

– Det är sällan som verkligheten slår dikten, men i det här fallet var det verkligen så. Alla i byn hade sin egen historia kring osten, säger **Christoffer Lundström**, copywriter på John Doe.

Filmade osthistorier

Konceptet "En vällagrad hemlighet" bygger på verkliga människor och händelser. Med hjälp av en dokumentärfilmare åkte ett team upp till Västerbotten för att dokumentera alla påståenden om denna mytomspunna och egensinniga ost. Resultatet blev 18 timmar film, som klipptes ned till ett tiotal filmer, som har gått väldigt bra bland konsumenterna.

– I början var många inte med på vad som var unikt med Västerbottensost, nämligen att den går bara att få fram på ett enda ställe i Sverige. Därför kände vi att vi ville lyfta fram det här och paketera det på ett underhållande sätt. Ju mer vi började grotta i det, desto fler historier kring osten kom också upp till ytan.

Den nya kampanjen bygger vidare på inslaget spår. Fyra nya filmer har tagits fram, samt printannonser och ett antal banner. Kampanjen som rullar ut i dagarna blir starten för andra året med "En vällagrad hemlighet".

Vad är svaret på ostens mystik då?

– Det finns inget svar, och det är inte fejk – det finns verkligen inget svar. Osten går inte att få fram på något annat sätt eller någon annanstans. Troligtvis sitter hemligheten i väggarna, med bakteriefloran i mejeriet, och därför har man också byggt ut lastkajen för att bredda produktionen. Den begränsade tillgången av Västerbottensost innebär också att osten kan sälja slut och självklart skulle Norrmejerier, som äger varumärket Västerbottensost, vilja producera större volymer, inte minst för att kunna exportera, men det går inte.

Tero Marjamäki
tero.marjamaki@resume.se

VÄSTERBOTTENSOST
Kund: Norrmejerier
Byrå: John Doe
Arbetsgrupp: Tommy Gottberg projektledare, Giustina Guariglia produktionsledare, Fredrik Blomberg cd, Christoffer Lundström och Karin Drangel copywriter, Johan Bränström ad, Anders Mjöbring webbproducent:
Produktionsbolag: Bob Film Geir Hansteen Jörgensen regissör, Ola Rutz, Andreas Emanuelsson, producent
Postproduktion: Sto.pp

Plantskola för borgerliga tyckare

För andra året utbildas framtidens borgerliga ledarskribenter. Första kursen hölls förra året, och i vår går tio elever utbildningen som kostar 70 000–100 000 kronor per plats. Vårens kurs avslutas med Almedalsveckan. Men i höstas reste hela kursgänget en vecka till Nairobi i Kenya.

MEDIER Idén att utbilda borgerliga skribenter väcktes för några år sedan, och blev allvar 2009. Tio elever deltar i ett exklusivt studieprogram med besök på stora tidningar och där etablerade ledarskribenter är lärarna.

Utbildningen finansieras av Svenska Medialen, dotterbolag till Högerns förlagsstiftelse, och Moderaternas partisekreterare **Per Schlingmann** är ordförande i Medialen. Även Anne-Marie och Gustaf Anders stiftelse för medieforskning bidrar till utbildningen.

Totalt kostar den 700 000 till 1 000 000 per år. Det betyder att varje elev kostar minst 70 000 kronor. Eleverna betalar själva en symbolisk summa på 1 000 kronor.

Per Selstam, chefredaktör för Svenska Nyhetsbyrån, SNB, håller i utbildningen:

– Inriktningen är mot opinionsjournalistik, att skriva ledare och kulturartiklar. Där finns inte så många fasta tjänster att söka, men av dem som gick utbildningen förra året har åtta av tio fått jobb som sommarvikarier eller på längre vikariat. Det är ett bra kvitto för oss, säger han.

Final i Visby

Efter fyra helginternat kommer de tio kursdeltagarna i vår att avsluta med att delta i Almedalsveckan i sommar. Höstkursen åkte däremot i väg till Nairobi i Kenya.

– Vi tittade på mediesituationen i Östafrika, men även sådant som viltvård och ekoturism.

Utbildningen startades för att bredda personalförsörjningen för tidningar med borgerlig hemvist. SNB samarbetar i utbildningen med flera av de stora tidningskoncernerna som NT, NWT, Gota Media och SvD.

Moderaternas partisekreterare Per Schlingmann är ordförande i Medialen som delbetalar utbildningen.

– När vi testade idén om utbildningen på tidningarna och koncernledningarna var det ett unisont ja till att vara med.

– Bland de nuvarande deltagarna finns de som är moderater, folkpartister och kristdemokrater, men också de som inte har partimedlemskap. Det här är ingen utbildning för partipressen, för den finns inte i dag, säger Per Selstam.

Nästa steg i vårkursen är besök på Norrköpings Tidningar för att lära om flerkanalspublicering. **Per Hultengård**, TU, ska prata om tidningsjuridik och **Mattias Olsson**, politisk redaktör på NT, ska prata om rollen som debattredaktör.

Olika framtidsutsikter

Även om det knappast finns behov av tio nya ledarskribenter varje år tror Per Selstam att det finns behov av utbildningen.

– Alla kanske inte blir ledarskribenter på heltid, de kan fortsätta att verka som debattörer. En del kanske går vidare till pr-byråer eller informatörsjobb, säger Per Selstam.

Janne Sundling
janne.sundling@resume.se

Helena Westin, Bark.

Bark vill tokväxa

Nya Bark Stockholm växer så kraftigt att de vill köpa en mindre reklambyrå.

REKLAM – Vi tittar på reklambyråer eftersom vi måste växa snabbt, säger **Helena Westin**, reklamchef på Bark Stockholm.

För ett par veckor sedan var sammanslagningen mellan den svenska mediebyrån Tre Kronor Media och danska Bark Group klar.

Strax före hade Tre Kronor Media gått ut med att de startar en reklambyrådel och rekryterat Helena Westin för uppdraget att bygga upp verksamheten.

Måste växa snabbt

Helena Westin gick från början ut med att hon skulle rekrytera kreatörer. Hittills har hon och produktionsledaren **Frida Johansson** jobbat med frilansar, för den första reklamkunden Rusta, som går i tv just nu. Förutom Rusta jobbar de nu med fem sex reklamkunder, byråns tidigare mediekunder.

– Vi har tänkt att rekrytera, men vi har även tänkt på att kanske köpa en hel reklambyrå, säger hon.

Orsaken är att Bark Stockholm behöver växa snabbt. Enligt Helena Westin pågår lösa diskussioner med ett antal personer.

Egenskaper som hon efterlyser hos en partner är nyfikenhet och erfarenhet.

– Framför allt måste det vara bra människor. Jag vill jobba med de som ger mer än de tar.

Gärna helkunder

Hon kan inte säga när de behöver ha ett köp klart. Inte heller garantera att det verkligen är den vägen som de ska gå. De behöver ha två tre arbetsgrupper innan året är slut.

Arbetssättet att slå ihop medieförmedling och reklambyråverksamhet ger en ökad skjuts i verksamheten, enligt Helena Westin. Hon exemplifierar med Rusta som har blivit Bark Stockholms första helkund.

– Vi ser att vi blir väldigt snabba eftersom vi sitter så tajt, säger Helena Westin.

Ulrika Fjällborg
ulrika.fjallborg@resume.se

FOTO: TOBIAS LUNDGREN/SCANPIX

Idel leenden var det
Svenska Spel för dry
samtidigt som Marg

Hen fran

**En hemlig inter
är på väg att gö
Moderaternas
gor till sin. År 2
Alliansen att av
spelmonopolet
oenigheten me
Allianspartiern
pat alla spelför
hösten väntas i
Socialdemokra
sentera en ny s**

MEDIER S-grup
fem riksdagsleda
uppdrag är att k
läget på spelmar
ge förslag till en n
Gruppen har trä
tunga aktörer p
naden, bland de
utländska spelbo

Inte minst kom
på en ny spelpo
egna S-leden. S
kraternas eget A-
förra året för 53
partikassan. Men
internetbolag sc
rerar om spelar
affären på sikt va

Svenska Spel ta
Tidigare vice st
Margareta Winl
i dag är ordföran
Spel, är också or

– Svenska Spel
andel sjunker, i
bolag som agera
marknaden utan
delar. Och de ha
aggressiv mark
säger Margareta

Senast i raden
sande internetbo
narum Casino, s
Bertil Group me
på Malta, men s
ytterst ägs av Bo

– Man undrar
medvetna om vil
egentligen gälle
Men det är fel
som står bakom
bladet var bland